



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA FUSESC

APRESENTAÇÃO

Esta política define princípios, diretrizes e orientadores gerais para a gestão da Comunicação integrada na FUSESC.

A Comunicação é um dos mais importantes instrumentos de Governança Corporativa, pois a informação disponibilizada de maneira transparente e ágil promove um relacionamento de confiança entre a Entidade e os seus públicos de interesse. Além disso, a Comunicação reafirma os objetivos institucionais, divulgando, informando, conscientizando e promovendo as diretrizes de atuação e metas da Entidade.

O presente documento visa orientar e alinhar as iniciativas de Comunicação e relacionamento estabelecidas com os diversos públicos e ainda definir atribuições e responsabilidades, de forma a contribuir para potencializar o papel estratégico da Comunicação e maximizar seus resultados.

Ampla, esta Política compreende todas as áreas técnicas da Entidade. Cabe à alta administração, aos gestores e aos empregados a prática da boa Comunicação, reconhecendo-a como um dos pilares de sustentabilidade da Entidade uma vez que ela promove e defende importantes ativos intangíveis como a sua imagem e a sua reputação.

Este documento foi elaborado com base nas seguintes referências:

Resolução CGPC 13/2004;
Resolução CNPC nº 32/2019;
Guia de Melhores Práticas em Fundos de Pensão - Abrapp;
Guia de Melhores Práticas de Governança Corporativa - Abrapp;
Guia de referência Política de Comunicação nas Entidades Fechadas de Previdência Complementar - Abrapp; e
Código de Conduta e Ética da Entidade.

1. CONTEXTO INSTITUCIONAL

A Fundação Codesc de Seguridade Social - FUSESC é uma Entidade Fechada de Previdência Complementar, sem fins lucrativos, com funcionamento a partir de 04 de abril de 1978, e tem por objetivo garantir benefícios previdenciários complementares aos da Previdência Oficial aos seus Participantes e respectivos Dependentes.

São Participantes da FUSESC Empregados pertencentes ao quadro de funcionários de suas Patrocinadoras, incluindo a própria FUSESC.

Atualmente a Entidade administra o patrimônio de três planos de benefícios – Plano de Benefícios I, Plano Multifuturo I e Plano Multifuturo II, cujos recursos são provenientes das contribuições mensais feitas pelos referidos Empregados e as Patrocinadoras. Estes recursos são investidos no mercado financeiro de acordo com os termos das Políticas de Investimentos de cada plano, limitando-se à legislação de previdência complementar e orientados pelas boas práticas de mercado, buscando obter a melhor rentabilidade, liquidez e solidez para os planos.

No mercado de previdência complementar de Santa Catarina, a FUSESC se enquadra como uma das maiores Entidades, tanto na quantidade de Participantes e Assistidos quanto no total de reservas administradas.

A FUSESC adotou o slogan “valores que geram valores”, o qual procura transmitir o compromisso da FUSESC em atingir seus objetivos organizacionais, mantendo-se leal à sua essência e aos seus valores institucionais.

2. CONCEITOS E PRINCÍPIOS

Com expressiva experiência em gestão de previdência complementar, a atuação da Entidade é caracterizada por uma combinação de tradição e inovação, que garante o êxito na tomada de decisões e na modelagem de produtos e serviços específicos e personalizados para seu universo de Participantes e Assistidos.

2.1 Identidade, Imagem e Reputação da FUSESC

2.1.1 A identidade da FUSESC é caracterizada por um conjunto de elementos histórico-culturais que, somados às suas Missão, Visão e Valores consolida a sua essência em qualquer cenário e influencia diretamente a forma como conduz suas atividades e negócios.

2.1.2 A imagem da FUSESC é a forma pela qual a Entidade é percebida por seus públicos de interesse. Essa percepção está sujeita a impactos de cenários externos e outros fatores, por esse motivo, a imagem da FUSESC deve ser permanentemente zelada por todos aqueles que direta ou indiretamente estejam envolvidos nos processos de trabalho e sejam responsáveis pelos resultados da Entidade.

2.1.3 A reputação da FUSESC decorre da construção histórica de sua imagem e deve ser observada para a tomada de decisões estratégicas de longo prazo, uma vez que possui grande peso na percepção de seus públicos de interesse.

2.2 São Princípios da Comunicação no âmbito da FUSESC:

2.2.1 Inspirar-se pela essência da Entidade e internalizar a Missão, Visão e os seus Valores em todos os processos de Comunicação.

2.2.2 A valorização da transparência, objetividade e qualificação da informação para os diversos públicos de interesse.

2.2.3 O compromisso de informar em tempo apropriado e de forma ágil as decisões e as alterações de produtos e serviços aos públicos de interesse.

2.2.4 O estreitamento e a valorização do relacionamento com os públicos de interesse.

2.2.5 A valorização contínua da imagem da FUSESC diante de seus públicos de interesse.

2.2.6 A preservação e a defesa da imagem da FUSESC diante de quaisquer situações que impliquem risco para esse patrimônio intangível.

3. FUNDAMENTAÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

3.1 Conceito

A Comunicação é um processo complexo e imprescindível para o atingimento dos objetivos das organizações da Entidade.

Deve ser compreendido como um processo multidirecional, transversal e de corresponsabilidade das lideranças e colaboradores que integram a Entidade.

Deve ser implementado sob a perspectiva da Missão, da Visão e dos Valores institucionais deliberados pela alta administração, de maneira a promover o posicionamento da Entidade em linha com seus princípios.

3.2 Objetivo da Política

Estabelecer princípios, diretrizes e orientadores gerais para a gestão da comunicação integrada na FUSESC.

3.3 Abrangência da Política

Esta Política abrange os seguintes pilares relacionados à Comunicação da Entidade:

3.3.1 Relações com Públicos de Interesse;

3.3.2 Aspectos Mercadológicos;

3.3.3 Posicionamentos Institucional e Comercial;

3.3.4 Gestão de Canais, Meios e Veículos de Comunicação;

3.3.5 Atendimento aos Participantes e Assistidos.

4. DELIMITAÇÃO DOS PÚBLICOS DE INTERESSE

4.1 Públicos de Interesse da FUSESC:

Universos	Grupos de Interesse
Interno	Conselheiros e Diretores
	Empregados
	Participantes, Assistidos, Pensionistas e Auto Patrocinados
	Patrocinadoras
Externo	Potenciais Participantes, Instituidoras e Patrocinadoras
	PREVIC
	Entidades de classe do segmento de previdência complementar
	Entidades congêneres
	Prestadores de serviços, fornecedores e consultores
	Sociedade
	Imprensa e formadores de opinião

5. GOVERNANÇA, RESPONSABILIDADES E ALÇADAS

5.1 Alçadas

Em conformidade com o Estatuto, a Política Geral de Administração e Política de Gestão de Pessoas da Entidade, acerca dos aspectos relacionados à Comunicação caberão:

5.1.1 Ao Conselho Deliberativo e seus membros:

5.1.1.1 Aprovar e fazer cumprir os termos desta Política;

5.1.1.2 Abster-se de se manifestar em nome da Entidade sem prévia deliberação do Conselho Deliberativo que o autorize;

5.1.1.3 Tratar as informações sobre a FUSESC com confidencialidade, principalmente quando se referirem a temas de interesse estratégico que possam comprometer ou expor a imagem da Entidade e dos planos de benefícios.

5.1.2 À Diretoria Executiva:

5.1.2.1 Garantir a implementação desta Política, zelando pela observância de seus princípios diretrizes em todas as suas decisões;

5.1.2.2 Garantir e estimular a prática da Comunicação clara e transparente junto aos gestores da Entidade;

5.1.2.3 Fornecer informações à Assessoria de Comunicação para o desenvolvimento de iniciativas e respectivas ações;

5.1.2.4 Zelar pela imagem e pela reputação da Entidade de acordo com seus princípios organizacionais;

5.1.2.5 Ter a transparência como aspecto orientador nos momentos de tomada de decisões sobre a Comunicação;

5.1.2.6 Atuar como porta-vozes e multiplicadores de informações sobre a FUSESC, junto aos públicos de relacionamento e interesse, de maneira alinhada, clara e objetiva;

5.1.2.7 Considerar os aspectos técnicos e variáveis apontados pela Assessoria de Comunicação na tomada de decisões que impactem os públicos de relacionamento e interesse da Entidade;

5.1.2.8 A contratação de serviços de terceiros para suporte à Comunicação da Entidade com seus públicos de interesse.

5.1.3 Ao Diretor Superintendente:

5.1.3.1 Representar a Entidade conforme parágrafo 3º do Art. 22 do Estatuto, sendo substituído pelo Diretor Administrativo e Financeiro em sua ausência;

5.1.3.2 A Comunicação da FUSESC ficará sob direção do Diretor Superintendente, estando inclusas as responsabilidades de definir e orientar a Assessoria de Comunicação quanto as estratégias de Comunicação, a pauta do Jornal, o uso das mídias sociais e demais canais de Comunicações e a condução do desenvolvimento de materiais institucionais e campanhas e informativas.

5.1.4 À Assessoria de Comunicação:

5.1.4.1 Realizar a gestão estratégica e operacional da Comunicação da FUSESC, seguindo os princípios, diretrizes e orientadores gerais descritos neste documento, para promover a gestão da Comunicação integrada na FUSESC. A Assessoria de Comunicação deve contar com os demais atores internos da FUSESC, destacadamente os gestores, no compartilhamento das iniciativas em desenvolvimento, na atuação como fonte e no apoio ao monitoramento. Cabem como suas responsabilidades:

5.1.4.2 Conscientizar o público interno de que a comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional são responsabilidade de todos.

5.1.4.3 Definir critérios gerais e orientações sobre padrões e procedimentos, qualificação da informação, formato e apresentação das comunicações.

5.1.4.4 Estabelecer canais de comunicação internos que favoreçam o fluxo e o compartilhamento das informações e a troca de conhecimento.

5.1.4.5 Fortalecer a interação e a parceria com patrocinadores, instituidores e entidades representativas do segmento.

5.1.4.6 Adequar os canais de comunicação e a linguagem às necessidades e expectativas dos Participantes, Assistidos e demais públicos.

5.1.4.7 Facilitar o acesso às informações e despertar o interesse e a participação na gestão da Entidade.

5.1.4.8 Contribuir para elevar permanentemente o nível de satisfação dos Participantes e Assistidos.

5.1.4.9 Manter contatos periódicos com a imprensa e publicações especializadas no segmento, para divulgar informações que despertem o interesse da sociedade, de um modo geral, sobre a temática da previdência complementar, bem como sobre a importância da educação financeira e previdenciária para a economia do país.

5.1.4.10 Zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa.

5.1.4.11 Promover, valorizar e consolidar a imagem institucional da Entidade junto aos públicos de interesse.

5.1.4.12 Favorecer o fluxo de informações entre a Entidade e os públicos de interesse, maximizando a transparência nas ações comunicativas e de relacionamento.

5.1.4.13 Estabelecer normas que disciplinem o relacionamento da Entidade com os públicos, interna e externamente.

- 5.1.4.14 Disseminar os valores que devem pautar a Comunicação da Entidade.
- 5.1.4.15 Definir atribuições e responsabilidades no processo da Comunicação.
- 5.1.4.16 Unificar o discurso institucional.
- 5.1.4.17 Monitorar o atendimento às obrigações legais de fornecimento de informações, de acordo com calendário e normas específicas estabelecidas pela legislação vigente.
- 5.1.4.18 Conscientizar sobre a importância da Comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de seu papel no processo de fortalecimento e preservação da imagem.
- 5.1.4.19 Definir e disciplinar as práticas de Comunicação, buscando a criação de um padrão de relacionamento reconhecido e valorizadas suas diversas áreas de atuação.
- 5.1.4.20 Gerenciar eventuais crises que possam afetar a imagem e a reputação da Entidade.

5.1.5 À Gerência de Segurança:

- 5.1.5.1 Realizar a gestão do atendimento telefônico, presencial e por e-mail aos Participantes e Assistidos.
- 5.1.5.2 Contribuir para a elaboração de diretrizes e acompanhar continuamente os Canais de Relacionamento com os Participantes e Assistidos e públicos de interesse estabelecidos pela Assessoria de Comunicação.
- 5.1.5.3 Acionar a Assessoria de Comunicação, sempre que necessário, para a definição de estratégias e meios para o relacionamento com os Participantes, Assistidos e públicos de interesse.
- 5.1.5.4 Fornecer informações, servindo como fonte para a Assessoria de Comunicação.
- 5.1.5.5 Manter o discurso sempre alinhado com as orientações da Assessoria de Comunicação.
- 5.1.5.6 Solicitar e orientar a Assessoria de Comunicação na elaboração de conteúdos informativos.
- 5.1.5.7 Estimular a Assessoria de Comunicação a adotar sempre as melhores referências e estratégias para estabelecer um relacionamento próximo e de confiança com os públicos.

5.1.6 Aos Gerentes de Área:

- 5.1.6.1 Identificar constantemente oportunidades de Comunicação;
- 5.1.6.2 Mapear continuamente, junto às equipes, temas relevantes a serem trabalhados pela Comunicação e acionar a área, sempre que necessário.
- 5.1.6.3 Fornecer informações, servindo como fonte para a Assessoria de Comunicação.
- 5.1.6.4 Promover o diálogo com suas equipes e com as diferentes partes interessadas, contando com orientação e ferramentas de suporte da Assessoria de Comunicação.

5.1.7 A todos os membros do quadro funcional da Entidade:

- 5.1.7.1 Zelar pela imagem, reputação e identidade visual da FUSESC em qualquer manifestação da Entidade, documento ou campanha institucional ou informativa.
- 5.1.7.2 Não utilizar materiais, imagem, marca ou patrimônio da FUSESC em proveito próprio ou de outrem.
- 5.1.7.3 Não utilizar ícones ou símbolos que interfiram na correta aplicação da marca FUSESC, quando da divulgação de informações, eventos, campanhas

informativas ou institucionais.

6 ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DA FUSESC

A FUSESC utiliza um conjunto variado de veículos e canais, internos e externos, como importantes ferramentas para o posicionamento da organização e para o relacionamento com seus públicos prioritários.

O objetivo é dar visibilidade e ampliar o alcance de temas relevantes relacionados à Entidade e seus públicos, potencializar oportunidades de Comunicação, fortalecer a interatividade e o diálogo, contribuindo para consolidação de posicionamento e construção de relacionamentos.

6.1 Os Canais de Comunicação Institucional da FUSESC são:

6.1.1 Central de Atendimento: O atendimento a participantes por telefone e por e-mail é feito em dias úteis, das 8h às 17h, sem intervalos. O atendimento presencial é realizado na sede da Entidade conforme agenda publicada no sítio eletrônico. Os serviços de Autoatendimento do site estão disponíveis 24h por dia.

6.1.2 Site Institucional: o endereço eletrônico www.fusesc.com.br abrange as principais informações sobre a Entidade. O portal possui, em área aberta, conteúdo institucional e informativo, com periodicidade de atualização de no mínimo três vezes por semana, ou quando necessário. Na área restrita (Autoatendimento) são mantidas as informações pessoais para acesso ao público de Participantes e Assistidos. A área restrita possui funcionalidades que permitem o atendimento remoto desses públicos, em ambiente seguro e de acordo com as especificidades de seu perfil, tais como consulta de contracheques, extratos, contratação de empréstimos, dentre outras.

6.1.3 E-mail Institucional: fusesc@fusesc.com.br

6.1.4 E-mail de Atendimento: central@fusesc.com.br

6.1.5 E-mail Marketing: comunica@fusesc.com.br

6.1.6 Redes Sociais:

6.1.6.1 Facebook (<https://www.facebook.com/FUSESC>)

6.1.6.2 Instagram (@FUSESCprevidencia)

6.1.6.3 Youtube
(<https://www.youtube.com/channel/UC5ENEOLOfsbvbsW3XYJeKJg/featured>)

6.1.6.4 LinkedIn
(<https://www.linkedin.com/company/FUSESC/posts/?feedView=all>)

6.2 Meios e Veículos de Comunicação

6.2.1 Proprietários

6.2.1.1 Jornal FUSESC Comunica: informativo publicado online, de periodicidade trimestral. O conteúdo contempla, com conteúdo jornalístico, informações institucionais, sobre produtos e serviços e orientações gerais ao público de Participantes, Assistidos, Pensionistas e Autopatrocinados.

6.2.1.2 Relatório Anual de Informações: documento destinado a divulgar os principais resultados financeiros e contábeis da Entidade, é disponibilizado no site até 30/04, conforme rege o Estatuto.

6.2.1.3 Políticas da FUSESC: publicações aprovadas pela Alta Administração e disponibilizadas ao público em geral.

6.2.1.4 Lâminas de Investimentos e Seguridade: a FUSESC disponibiliza no site, mensalmente, para acompanhamento do retorno dos Planos de Benefícios, a lâmina de Investimentos, que sintetiza com clareza e transparência as informações do plano. Nesta lâmina, é possível visualizar o histórico de rentabilidade do plano de benefícios, gráficos de rentabilidade, alocação por segmento e informações técnicas. A lâmina é atualizada após a apuração final da rentabilidade patrimonial. Na lâmina de Seguridade, é possível consultar os Indicadores dos Planos de Benefícios, tais como o número de Participantes, o comparativo do valor dos benefícios pagos nos últimos meses, quantidade de Assistidos por tipo de benefício – também com comparativo dos últimos meses, porcentagem e contribuição dos Participantes e Patrocinadoras, além de informações gerais sobre o plano.

6.2.1.5 Newsletter: boletim eletrônico informativo, com conteúdo e comunicação visual mais atrativos, é enviada por e-mail com periodicidade quinzenal ou de acordo com as necessidades de divulgação da Entidade.

6.2.2 Contratados

6.2.2.1 Serviços de terceiros para suporte à Comunicação da Entidade.

6.3 Campanhas

6.3.1 Informativas: a Entidade desenvolve campanhas com conteúdo e materiais desenvolvidos para atender demandas específicas, e a divulgação é feita por meio dos canais de comunicação adequados a cada estratégia de Comunicação. A periodicidade é de acordo com as necessidades.

6.3.2 Institucionais: a Entidade desenvolve campanhas com conteúdo e materiais desenvolvidos para promover sua imagem institucional, e a divulgação é feita por meio dos canais de comunicação adequados a cada estratégia de Comunicação.

6.4 Diretrizes da Comunicação

6.4.1 Os veículos e canais da FUSESC devem utilizar uma linguagem de fácil compreensão, transparente e objetiva, permitindo a construção e o fortalecimento de vínculos com os diferentes públicos.

6.4.2 A Comunicação da FUSESC não admitirá qualquer possibilidade de associação com preconceito quanto à raça, gênero, credo, deficiência, opção sexual, etc.

6.4.3 Em ações de envio de materiais informativos, quer sejam por meio digital ou impresso, a FUSESC deverá, sempre, respeitar o desejo de seu público em optar por não os receber. Porém, tal solicitação deverá ser atendida após manifestação do interessado de maneira formal.

6.4.4 Além de informar, os veículos e canais devem aproveitar as oportunidades de ampliar e consolidar conhecimento, entendimento, reconhecimento e contribuir para o engajamento dos públicos.

6.4.5 O desenvolvimento e publicação de conteúdo devem levar em consideração os conteúdos de interesse dos públicos aos quais eles se destinam. É fundamental conhecer os públicos, seus segmentos e especificidades. Os atores internos que atuam como interlocutores junto às partes interessadas devem contribuir para esse entendimento e para a identificação de temas relevantes.

6.4.6 É fundamental que se considere a integração entre os canais e veículos: desdobrar nos veículos os temas recorrentes apresentados pelos participantes nos canais; se pautar por meio da Central de Atendimento 0800, com temas relevantes para a FUESC; tratar, quando oportuno, o tópico mais de uma vez em veículos diferentes e com abordagens complementares, sem repetição excessiva de informações.

6.5 Comunicação Institucional e Mercadológica

6.5.1 Traduzir os Valores, Visão e Missão da Entidade nos produtos e materiais de Comunicação.

6.5.2 Estabelecer uma identidade visual em todos os pontos de contato com o público-alvo (papelaria, site, News, redes sociais, campanhas, veículos de comunicação impressos e até mesmo na sede física da Entidade).

6.5.3 Priorizar o alinhamento da linguagem em todos os meios e veículos de Comunicação da Entidade.

6.5.4 Rever anualmente o Planejamento de Comunicação com base nos objetivos estratégicos da Entidade.

6.6 Gestão de Conteúdo

6.6.1 Fazer a gestão do conteúdo, desde a criação até a sua disponibilização, arquivamento ou descarte de materiais produzidos.

6.6.2 Os critérios para escolha das fontes internas para auxiliar na redação dos informativos e as instâncias de aprovação, dependendo do teor e a quem se destina, são responsabilidade da Comunicação.

6.6.3 As boas práticas de Comunicação organizacional indicam que o público interno deve ser informado antes do público externo.

6.7 Gestão de marca e de identidade visual

6.7.1 Qualquer divulgação institucional deve sempre estar alinhada aos objetivos estratégicos da FUESC, acompanhada de seu posicionamento de marca.

6.7.2 Manter um padrão estético para as ações de Comunicação e peças de divulgação institucional, seguindo o Manual da Marca.

6.7.3 A área de Comunicação deve prezar pela aplicação correta da marca e dar suporte a todas as áreas da Entidade quanto a sua aplicabilidade.

6.7.4 A aplicação e/ou veiculação da marca FUESC por outra empresa deve ser autorizada previamente pela Diretoria, e sua aplicação aprovada pela Comunicação.

6.8 Proteção da Imagem e Reputação Digital nas Redes Sociais

6.8.1 Os empregados devem usar as redes sociais de forma responsável. Além disso, as comunicações feitas em nome da FUESC só podem ser realizadas por empregados ou empresas autorizados.

6.8.2 Qualquer empregado que publique conteúdo online ou se mostre ativo (por

exemplo, ao compartilhar, dar like ou dislike ou classificar conteúdo) nas redes sociais, em utilizações corporativas ou privadas nas quais façam menção/sugestão à empresa, devem lembrar-se de esta atividade pode ser atribuída à FUSESC e prejudicar a imagem e reputação da empresa/ e ou pessoas que nela trabalhem.

6.8.3 Desta forma, fica vedado:

6.8.3.1 Divulgar ou comentar, seja para a imprensa ou em redes sociais, informações que possam denegrir a imagem da FUSESC.

6.8.3.2 Utilizar ou mencionar a marca FUSESC em nomes de perfis pessoais e/ou e-mails pessoais, ou como nickname nas mídias sociais, websites, fóruns de discussão e grupos de mensagens;

6.8.3.3 Cadastrar o e-mail corporativo e/ou institucional em mídias sociais, websites e fóruns de discussão alheios aos interesses e/ou negócios e serviços da Entidade.

6.8.3.4 Publicar, mesmo em perfis pessoais, conteúdos ou mensagens de caráter violento, agressivo, intolerante, que desmereçam ou sejam inconsistentes com as opiniões publicadas pela FUSESC;

6.8.3.5 Expor de forma negativa seus colegas de trabalho ou a Fundação.

6.9 Relacionamento com a Imprensa/ Mídia

6.9.1 A Comunicação deve prezar pelo bom relacionamento com a imprensa, criando um elo de confiança, transparência e prontidão. Se tiver oportunidade e interesse, pode-se buscar mídia espontânea.

6.9.2 O fortalecimento da imagem e da reputação da Entidade com exposição de assuntos positivos, é importante para blindar a marca caso, no futuro, sejam divulgadas notícias negativas envolvendo a FUSESC. A Comunicação da FUSESC será pautada pelo discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo um entendimento único pelos distintos públicos de interesse.

6.9.3 Assim, para fins de alinhamento de mensagem e posicionamento institucionais, o Diretor Superintendente e as pessoas designadas por este, são as únicas pessoas autorizadas a falar em público em nome da Entidade, em qualquer relacionamento com órgãos de imprensa ou veículos de comunicação. Os demais empregados não estão autorizados a dar depoimentos em nome da FUSESC bem como de suas respectivas áreas de trabalho.

6.9.4 Todo atendimento referente à imprensa deverá ser encaminhado à Assessoria de Comunicação e Relacionamento. O jornalista que entrar em contato diretamente com o porta-voz deverá ser encaminhado para a referida Assessoria para que sejam feitos a triagem inicial e o acompanhamento do processo.

6.9.5 Os dados e números referentes à FUSESC publicados pela imprensa só serão considerados oficiais quando forem divulgados ou confirmados pela

6.9.6 As matérias publicadas pela imprensa sobre a FUSESC poderão ser disponibilizadas no site, caso sejam de interesse.

6.9.7 A FUSESC poderá contratar os serviços de Assessoria de Imprensa, para fins de disseminação de seus objetivos, ações e demais conteúdos de interesse institucional.

6.10 Gestão de Crise de Imagem

6.10.1 Risco de Imagem é a possibilidade de ocorrência de perdas de credibilidade da instituição junto à sociedade.

6.10.2 A Classificação de Riscos vinculados à Imagem da FUSESC:

6.10.2.1 Comunicação interna: é a possibilidade de perda ocasionada à imagem da entidade junto a seus colaboradores, causado pela má interpretação ou falha na comunicação interna.

6.10.2.2 Divulgação de informações: é a possibilidade de perda decorrente da divulgação de informações incorretas, incompletas, imprecisas ou não autorizadas sobre a entidade ou plano ou divulgadas por pessoas não autorizadas.

6.10.2.3 Publicidade e propaganda: é a possibilidade de perda ocasionada pela veiculação de informações inadequadas por meio de peças publicitárias.

6.10.3 A Imagem, reputação e credibilidade são, ativos tão importantes para o fundo de pensão quanto seu patrimônio e investimentos. Protegê-las requer responsabilidade e participação de todos da entidade, sem qualquer distinção de cargo ou função, pois todo o corpo funcional é parte desse processo.

6.10.4 É importante ter a consciência de que o trabalho de comunicação se inicia antes de uma crise se instalar. Para isso, é fundamental manter uma comunicação atuante, com o objetivo de estreitar o relacionamento da instituição com seus diversos públicos, realçando os atributos de confiabilidade e respeito à comunidade. Faz parte desse contexto um planejamento adequado e preventivo, incluindo o fortalecimento das relações com a imprensa, decisivo na administração de crises.

6.10.5 Para o enfrentamento de crise de imagem, a Entidade deverá:

6.10.5.1 Identificar e detalhar o problema: origem, fato gerador (interno ou externo), avaliação de pontos vulneráveis da Entidade e diagnóstico do ambiente são alguns itens de atenção, cujo correto entendimento pode influenciar diretamente o encaminhamento das ações e o desfecho esperado.

6.10.5.2 Agilizar as respostas, antecipando-se a desdobramentos previsíveis; transparência e rapidez ao reconhecer erros e a incapacidade de preveni-los devem ser encaradas como aprendizado e treinamento corporativos, e são pontos positivos no gerenciamento da crise.

6.10.5.3 Constituir um grupo para gerir as ações, comumente chamado de Comitê de Crise; com caráter multidisciplinar, deve ser composto de profissionais-chave da entidade, além da participação indispensável da alta direção. Deve-se atentar para a identificação correta dos componentes do grupo, uma vez que a presença de profissionais sem o perfil adequado pode dificultar a gestão do processo.

6.10.5.4 Acompanhar a reação dos principais públicos diante do problema, a partir de um mapeamento atualizado dos principais canais de comunicação com esses públicos e monitorar permanentemente a presença da entidade na internet, são providências prioritárias. Em tempos de plena expansão das redes sociais, um simples comentário negativo pode se alastrar instantaneamente e sem controle, com riscos graves para a imagem da Entidade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta Política deve ser amplamente divulgada, no mínimo anualmente, aos empregados, parceiros, prestadores de serviços terceirizados, participantes, assistidos, patrocinadoras e instituidores, mediante linguagem clara e acessível, em nível de detalhamento compatível com as funções desempenhadas e com a sensibilidade das informações.

Esta Política foi elaborada pela Assessoria de Comunicação, aprovada pela Diretoria Executiva e pelo Conselho Deliberativo da FUSESC.

CONTROLE DE VERSIONAMENTO:

Data da Aprovação	22/01/2024
Início da Vigência	22/01/2024
Processo Decisório Nº	000223/2024
Periodicidade de Revisão	02 anos
Ata de Aprovação CODEL	442, de 22/01/2024